16 juin 2009

DOSSIER DE PRESSE

www.NetGlobers.com

Le premier site web communautaire

sur la santé et les risques en voyage

SOMMAIRE

I. NetGlobers, une réponse inédite aux nouvelles attentes des voyageurs……..……p.3

I.1 Les risques liés au voyage : un sujet de préoccupation aujourd'hui incontournable……p.4

I.2 NetGlobers, le premier portail à présenter des avis d'internautes sur la thématique des risques en voyage ……..……..p.5

II. NetGlobers, le premier site web communautaire sur la santé et les risques en voyage……..……..p.6

II.1 NetGlobers : un nouveau relais d'informations mises à jour en continu sur les risques liés aux voyages……p.7

II.2 Un contenu communautaire qui complète les données officielles et atténue leur aspect anxiogène……..……..p.8

II.3 Les travel reports : des carnets de voyage interactifs sur les risques sanitaires……p.10

II.4 Fiche pratique : Je décide de partir au Burkina Faso, comment NetGlobers peut m'aider à préparer mon voyage ? p.11

II.5 NetGlobers : un portail pensé par les collaborateurs du Groupe Europ Assistance…… p.12

III. 2nd Chance, une opération de lancement innovante de dimension internationale……..……p.13

ANNEXE 1 : Un portail en ligne avec la vocation du Groupe Europ Assistance…… p.16

ANNEXE 2 : 2nd Chance, une opération de marketing web en phase avec la stratégie d'Europ Assistance et avec le positionnement de Netglobers……..……p.17

ANNEXE 3 : Visual link réalise et conçoit le site NetGlobers d'Europ Assistance….p.18

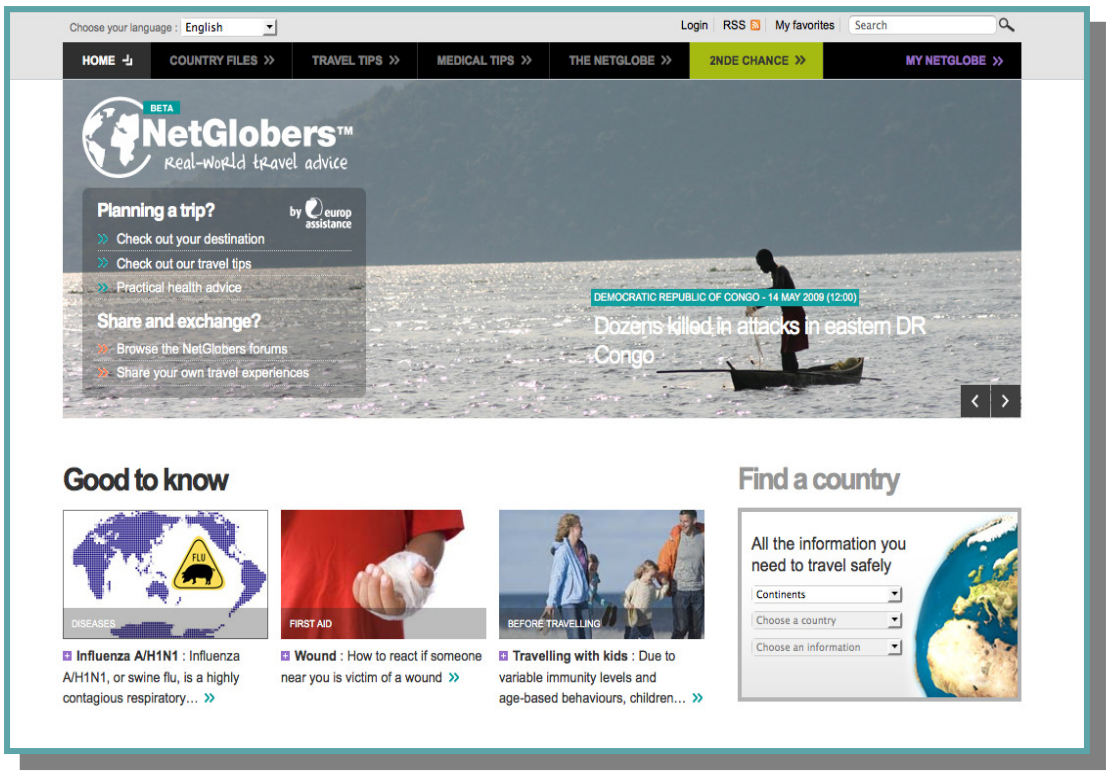
ANNEXE 4 : TEQUILA\FRANCE, l'agence à l'origine de 2nd Chance……..……..p.19

I. NetGlobers, une réponse inédite aux nouvelles attentes des voyageurs

En mal d'exotisme et d'évasion dans un environnement touristique qui permet d'aller toujours plus loin à moindre coût, les voyageurs s'aventurent désormais dans des contrées de plus en plus reculées et originales.

Dans un contexte où la multiplication des risques pandémiques est quotidiennement d'actualité, la question de la prévention des risques sanitaires est aujourd'hui devenue une inquiétude majeure pour les voyageurs. Ils sont ainsi 47% à s'inquiéter lors d'un départ d'un problème de santé les concernant ou concernant l'un de leurs proches, selon le baromètre 2009 Ipsos-Europ Assistance des vacances des Européens.

En lançant **NetGlobers**, le premier site web communautaire sur la santé et les risques en voyage, **le Groupe Europ Assistance**, fidèle à son esprit pionnier, entend fournir une réponse « tout en un » complète, pratique et rapide, à la multiplication des interrogations des voyageurs liées aux risques sanitaires et à leur besoin d'échanger sur le sujet sur Internet.



I.1 Les risques liés au voyage : un sujet de préoccupation aujourd'hui incontournable

Dans un contexte marqué par la globalisation et la médiatisation des virus, et où les voyageurs se tournent de plus en plus vers des destinations lointaines et nouvelles, les risques sanitaires, mais aussi sociaux et politiques, sont des questions au cœur des inquiétudes avant un départ.

Des Européens qui continuent à voyager, toujours plus loin

Malgré la crise, les départs en vacances ne faiblissent pas. Selon le baromètre 2009 Ipsos – Europ Assistance 2009 sur les intentions des Européens pour les vacances d'été, **deux Européens sur trois (soit 64%) ont l'intention de partir malgré le contexte économique**.
Les destinations lointaines, qui répondent à un besoin croissant d'exotisme, sont, elles, de plus en plus plébiscitées. Devenues financièrement accessibles, elles rencontrent un succès grandissant.

Un contexte international marqué par la montée en puissance des risques sanitaires, politiques et sociaux

La multiplication des échanges internationaux va de pair avec une mondialisation des maladies infectieuses et des virus, qui est aujourd'hui l'un des sujets les plus préoccupants pour la planète. La grippe aviaire hier, la grippe A aujourd'hui, ou encore le paludisme, constituent autant de risques encourus par les voyageurs. Ces derniers sont les premiers touchés par cette expansion tout en étant des vecteurs de transmission de maladies.

Dans ce contexte, ils sont 47% à s'inquiéter lors d'un départ d'un problème de santé les concernant ou concernant l'un de leurs proches selon l'édition 2009 du baromètre IPSOS – Europ Assistance.

I.2 NetGlobers, le premier portail à présenter des avis d'internautes sur la thématique des risques en voyage

NetGlobers, grâce à la coexistence de données de sources officielle et communautaires, vient combler un manque dans l'offre des sites et portails existant dans le domaine du voyage.

Des voyageurs ayant de plus en plus recours au web pour préparer leur voyage

Le nombre de sites dédiés au voyage a très largement augmenté ces dernières années dans un contexte où les voyageurs privilégient le web pour leurs recherches d'informations ainsi que pour leurs achats de billets d'avion, de train, ou encore pour réserver leurs locations.

Internet est aujourd'hui le premier canal de réservation et concerne, depuis 2009, la moitié des voyageurs selon le baromètre Ipsos-Europ Assistance sur les intentions des Européens pour les vacances d'été.

Des voyageurs qui consultent de plus en plus les avis d'internautes pour préparer leur départ

Selon une étude de 2007 réalisée par le Journal du Net, 85% des voyageurs consultent les avis d'internautes avant un départ. La plupart d'entre eux (71%) sont en quête d'une appréciation globale sur la destination choisie, touchant non seulement à la vie culturelle, aux infrastructures ou aux hôtels, mais aussi aux risques sanitaires, politiques et sociaux.
Les sites de voyages communautaires, où les internautes échangent leurs bons plans tourisme, rencontrent ainsi un vif succès. Qu'ils soient consacrés au voyage en avion, à la mise en ligne de carnets de voyages, ou encore au relais des recommandations des internautes, ils sont de plus en plus consultés.

Des sites touchant aux risques lors d'un voyage qui ne comprennent pas d'avis d'internautes

S'ils sont complets et accessibles, les sites « officiels » ne répondent que partiellement aux attentes des voyageurs, puisque aucun d'entre eux ne fait coexister les informations de source officielle avec des avis issus de communautés web.

Ainsi, NetGlobers – en combinant information officielle et communautaire – permet de réduire l'anxiété des voyageurs en complétant par des expériences vécues et des appréciations d'internautes des contenus officiels qui ne peuvent logiquement couvrir tous les sujets.

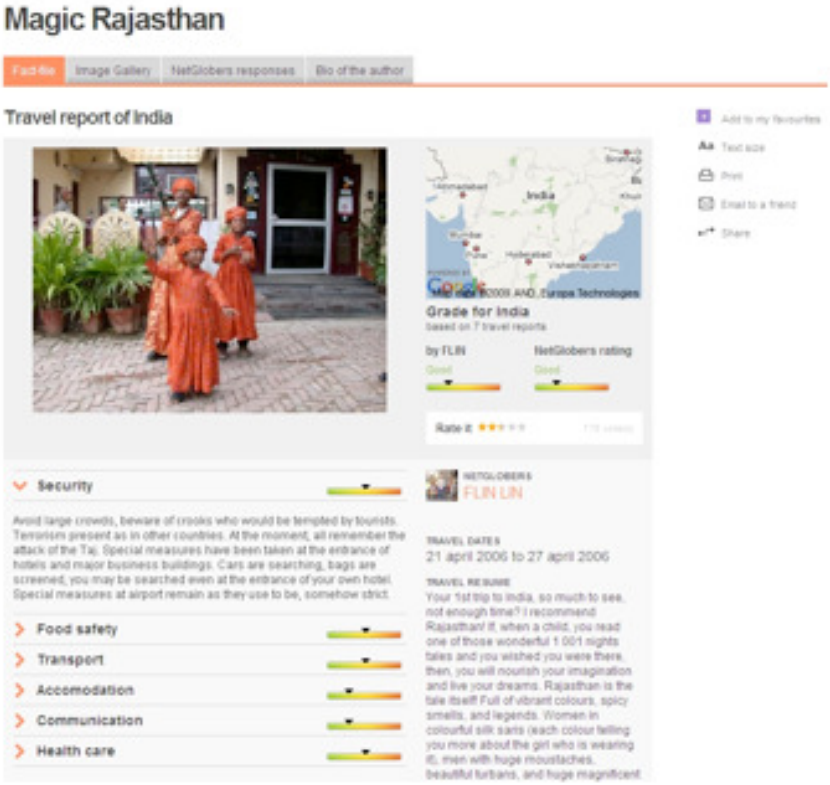
II. NetGlobers, le premier site web communautaire sur la santé et les risques en voyage

Lancé le 16 juin 2009 par le Groupe Europ Assistance, NetGlobers est le premier portail web sur la thématique des risques en voyage. Il combine des contenus générés par les internautes eux-mêmes et de l'information « officielle » pour plus de 190 pays.

Ce nouveau site Internet innovant permet d'apporter des réponses concrètes et interactives à une préoccupation de plus en plus prégnante : la perception par les voyageurs, souvent désorientés par une surexposition médiatique de certains événements ou au contraire une sous-information rigoureuse.

Véritable portail communautaire mêlant forums de discussions, carnets de voyages, systèmes de notations de pays et informations officielles, NetGlobers a pour vocation d'accompagner les internautes dans la préparation de leurs séjours avec une vue d'ensemble des risques liés à une destination. Site résolument adossé à la technologie Web 2.0, NetGlobers propose naturellement des liens et une intégration aux principaux réseaux sociaux actuels.

Lancé partout dans le monde d'abord en langue anglaise, NetGlobers sera décliné dans les toutes prochaines semaines en français, italien, espagnol et allemand et illustre une nouvelle fois la volonté du Groupe Europ Assistance d'offrir aux citoyens du monde les meilleures garanties pour préparer leurs voyages en toute sécurité.



II.1 NetGlobers : un nouveau relais d'informations mises à jour en continu sur les risques liés aux voyages et disponibles sur mobiles

Y a-t-il des risques d'épidémies au Cambodge en ce moment ? Quels sont les foyers où la grippe A s'est particulièrement répandue ? Est–il sans risque de prendre l'avion au Costa Rica ? Le conflit entre les Tigres tamouls et l'armée sri lankaise touche-t-il la région dans laquelle je compte me rendre ?

Tous les voyageurs (back packeurs, aventuriers, grands voyageurs) trouveront une réponse simple et immédiate à ces interrogations sur NetGlobers, qui relaye des informations claires et compréhensibles, touchant à plus de 193 pays.

Ces informations sont proposées gratuitement aux internautes par le Groupe Europ Assistance via son partenaire Crisis Consulting, cabinet de conseil spécialisé dans l'analyse et la gestion du risque mobilité.
Elles seront par ailleurs prochainement directement accessibles via les téléphones mobiles et notamment l'I – Phone grâce à des applications spécifiques pour faciliter la mobilité des NetGlobers en toutes circonstances.

Des thématiques simples et accessibles

- **Des fiches pays**, sur les risques sanitaires, les précautions alimentaires, les vaccins, les infrastructures de santé, les numéros d'urgence et le climat.
- **Une rubrique « conseils médicaux »,** segmentée afin de donner la possibilité au voyageur d'avoir les bons réflexes, non seulement avant de partir, mais aussi sur place en cas d 'accident.
- **Une rubrique « conseils aux voyageurs »** qui permet, quant à elle, de s'informer sur des sujets divers et variés comme par exemple le vol en avion ou les départs avec les enfants en bas âge.

Food precautions
In Mexico, gastric diseases are common among tourists who are not accustomed to local food or who do not take precautions. »

Un partenaire garant d'impartialité et de réactivité : Crisis Consulting

Afin de fournir aux internautes des données réactualisées régulièrement et fiables, Europ Assistance travaille quotidiennement avec un **partenaire expert : Crisis Consulting.** Ce cabinet de conseil spécialisé dans l'analyse et la gestion du risque mobilité fournit des informations neutres, non impactées par un contexte géopolitique.
Dans un souci de transmettre des informations les plus actuelles possibles, Crisis Consulting propose également un système d'alerte, visant à relayer toute information importante,

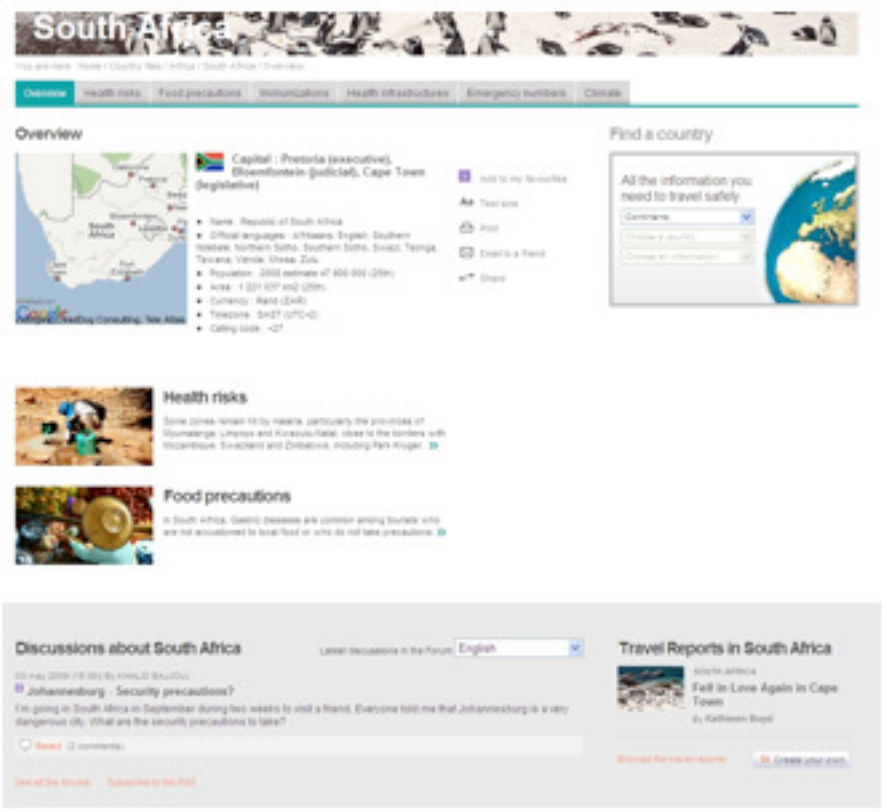
réactualisé quotidiennement. Ces alertes s'affichent automatiquement sur le site et sont intégrées dans les fiches pays.

II.2 Un contenu communautaire qui complète les données officielles et atténue leur aspect anxiogène

Sur NetGlobers, les contenus communautaires revêtent différents aspects, puisqu'ils prennent la forme de discussions issues d'un forum, de notes délivrées par les voyageurs touchant à leur perception des risques d'une destination donnée, ou encore de *travel reports*, véritables carnets de voyages interactifs touchant aux risques sanitaires, politiques et sociaux d'un pays visité.
NetGlobers permet de se faire sa propre vision des risques sanitaires en consultant plusieurs points de vue.

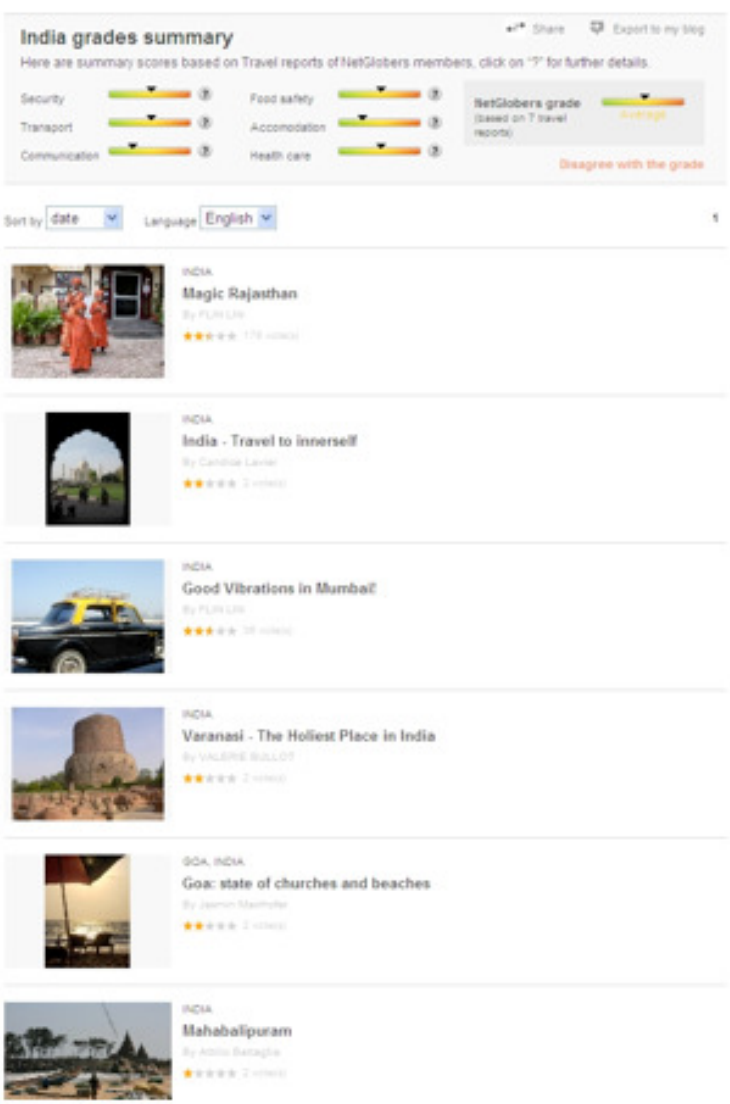
Les forums et « travel reports » : un autre regard sur les risques liés au voyage

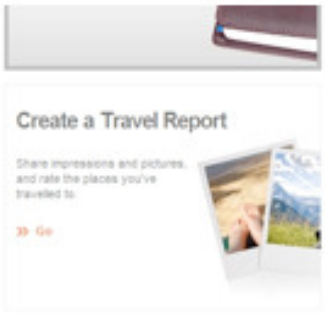
NetGlobers permet une comparaison immédiate entre les informations officielles fournies par Crisis Consulting, et les informations relayées par les internautes lors de discussions sur les forums. En un seul coup d'oeil, tout voyageur préparant son départ sur le portail distingue sur une même page web le contenu officiel (fond blanc) du contenu posté par les internautes (fond gris). NetGlobers permet donc aux voyageurs de pouvoir consulter deux points de vue différents, et de choisir leur destination en toute connaissance de cause.



La NetGlobers Note : un système d'évaluation relayant une perception des risques de dimension internationale

NetGlobers confère la possibilité aux voyageurs d'évaluer et de noter une destination en fonction de critères comme la sûreté, la sécurité alimentaire, les risques sanitaires. Toutes ces notes étant ensuite agrégées en une note globale, cette fonctionnalité a pour vocation de devenir un véritable indicateur de risque au niveau international, en temps réel.
A l'heure où le caractère souvent anxiogène des données officielles est parfois éloigné de la réalité vécue, la valeur ajoutée de cette fonctionnalité apparaît dans toute sa clarté.





II.3 Les travel reports : des carnets de voyage interactifs sur les risques sanitaires

Toujours dans une logique visant à relayer la perception la plus précise possible des risques sanitaires, NetGlobers permet aux internautes de réaliser des travel reports, véritables carnets de voyage qui apportent aux internautes de la communauté des NetGlobers de précieux conseils pour préparer leurs voyages.

Les risques sanitaires en témoignages vécus

Les travel reports, qui permettent d'intégrer des écrits, des photos et bientôt des vidéos, sont un moyen inédit de donner à voir la réalité des risques sanitaires. Ces éléments interactifs deviennent ainsi des outils efficaces pour relayer la vision qu'a la population locale des risques via, par exemple, la réalisation d'interviews.
Complémentaires aux informations du portail, les travel reports s'imposent comme une véritable manne d'informations sur les destinations éloignées, puisqu'ils permettent de relayer une expérience dans sa globalité et peuvent, en plus des questions liées aux risques sanitaires, politiques et sociaux, traiter de sujets plus généraux, relatifs par exemple à l'hôtellerie.
Ces travel reports pourront être très largement consultés, puisqu'ils comportent une fonctionnalité leur permettant d'être exportés sur des blogs et partagés via les principaux réseaux sociaux.

Mode d'emploi du travel report

Les outils : un appareil photo, caméra éventuellement, un petit carnet pour noter ses impressions au fil du voyage, sont autant d'accessoires très utiles pour la réalisation d'un travel report.

Les ingrédients : de l'imagination, de la créativité, et de la curiosité (la réalisation d'un travel report est un bon prétexte pour aller à la rencontre des populations locales).

Et une fois sur NetGlobers, c'est tout simple :

- S'enregistrer sur le NetGlobers.
- Créer une page profil.
- Publier ses meilleures photos.
- Et enfin évaluer chaque aspect des risques présentés par un pays sur une échelle de couleur.

- Une fois le travel report créé, une petite pastille vient s'ajouter automatiquement sur le globe de chaque internaute.

II.4 Fiche pratique

Je décide de partir au Burkina Faso, comment NetGlobers peut m'aider à préparer mon voyage ?

Fiche pays :

- **Présentation :** outre la monnaie et la langue officielles, je peux y apprendre qu'il n'y aucun décalage horaire.
- **Risques sanitaires** : je me prépare aux maladies à fort risque épidémiologique comme la malaria, la fièvre jaune ou la fièvre typhoïde.
- **Nourriture :** les problèmes gastriques étant fréquents, on me conseille de ne pas boire l'eau du robinet, ne pas manger cru et de me laver les mains fréquemment.
- **Vaccination** : seule la vaccination contre la fièvre jaune est obligatoire mais d'autres vaccins comme les hépatites, la fièvre typhoïde ou la méningite sont recommandés.
- **Infrastructures médicales** : j'y trouve les coordonnées de 8 cliniques et hôpitaux du pays.
- **Numéros d'urgence** : ils sont simples à mémoriser : le 17 pour la police, le 18 pour les pompiers. Bientôt, l'utilisateur de NetGlobers pourra recevoir ces numéros utiles directement par SMS.
- **Climat :** afin d'éviter la saison des pluies (en été) ou des températures caniculaires (de Mars à mai), on me conseille de me rendre au Burkina Faso entre Novembre et Février.
- **News :** j'apprends qu'une épidémie de rougeole qui sévit depuis le début de l'année a déjà tué 150 personnes. Le risque est particulièrement élevé pour les enfants.

Informations spécifiques au voyage :

- Je consulte la législation concernant les bagages, les liquides en cabine ou encore la liste des équipements interdits à bord ou autorisés sous condition.
- Je consulte les travel reports disponibles sur cette destination.

Conseils médicaux :

- **Avant de partir :** je trouve des conseils sur les précautions à prendre par exemple si je suis enceinte, la meilleure période pour voyager, les contre-indications ou les précautions à prendre si je voyage avec des enfants.
- **Vaccination :** je prends connaissance de la liste des effets secondaires des vaccins, comme par exemple pour la fièvre jaune : fièvre et courbatures.
- **Informations relatives aux maladies :** pour la malaria qui sévit au Burkina, j'apprends son mode de transmission (par piqûre de moustique) et je vérifie si je ne fais pas partie des personnes à risques (femmes enceintes, séropositifs, enfants).

II.5 NetGlobers : un portail pensé par les collaborateurs d'Europ Assistance

Chez Europ Assistance, inventeur de l'assistance, l'innovation est inscrite dans l'ADN du Groupe et dans la culture d'entreprise de tous les collaborateurs.

NetGlobers, le fruit d'un concours interne

NetGlobers est le projet gagnant de l'édition 2007 d'un **Challenge interne au Groupe Europ Assistance dédié à l'Innovation**.

Ce challenge interne, déployé à l'échelle internationale auprès des 6 000 collaborateurs du Groupe favorise ainsi la culture de l'initiative en interne, encourage le travail en équipe et permet d'accélérer la dynamique d'innovation du Groupe.

Les projets candidats de l'édition 2007 devaient répondre à une question précise : « Quel produit/service/procédé innovant (traitant de la santé) proposez vous pour améliorer la performance durable et la qualité du service d'Europ Assistance ? »

NetGlobers, un projet mené par une équipe multiculturelle

Le processus de sélection du meilleur projet, d'abord identifié au niveau local puis régional et ensuite examiné au niveau du Comité Exécutif du Groupe, s'appuyait sur 6 critères clairement définis. Le projet devait être innovant, réalisable à court terme, présenter une dimension internationale ainsi qu'une réalité économique, être réalisé de manière collective et contribuer à la responsabilité sociale de l'entreprise.

Si NetGlobers, le projet lauréat de l'édition 2007 du Challenge Innovation répondait à tous ces critères, il présentait une caractéristique particulièrement différenciante, puisque le portail a été imaginé par une équipe commune à l'Italie, à l'Autriche et à l'Allemagne. Une particularité qui fait de NetGlobers un emblème fort de la cohésion et de la culture du « faire ensemble » du Groupe Europ Assistance.

III. 2nd Chance, une opération de lancement innovante de dimension internationale

Qui n'a pas suivi les rebondissements de "Best job in the world" ? Qui n'a pas envié les sélectionnés et surtout l'heureux gagnant britannique ?

Europ Assistance, dans le cadre du lancement de NetGlobers, a choisi de continuer à faire rêver les nombreux déçus, en offrant non seulement à tous les internautes, mais aussi à ses 6000 salariés, *2nd Chance*, une opération de buzz marketing à l'échelle mondiale .

Benoît Henry, unique finaliste français de l'opération qui visait à offrir « le meilleur job du monde » :

« L'idée est originale. Ça peut m'intéresser dans la mesure où j'ai envie de découvrir le monde. Si je trouve du temps, je postulerai. »

Aujourd'hui en France / Le Parisien, 14 mai 2009.

Cette opération de buzz marketing innovante, dont les cibles primaires, les voyageurs du monde entier, sont radicalement identiques à celles de « Best Job in The World », permettra de faire connaître NetGlobers à l'international, avant même son lancement officiel, ainsi que de faire vivre la marque Europ Assistance sur Internet.

2nd Chance, une opération présentant un volet externe et un volet interne

Avec l'opération *2nd Chance*, le Groupe Europ Assistance a lancé depuis le 14 mai un jeu-concours permettant à tout un chacun de gagner un tour du monde d'un an, d'une valeur totale de 20.000 euros, suivi d'une expérience professionnelle de 6 mois à l'étranger, dans l'une des filiales d'Europ Assistance de son choix… Un bon moyen d'avoir la tête dans les voyages tout en gardant les pieds sur terre !

Si l'attrait essentiel de *2nd Chance* est en effet bien sûr le voyage autour du monde, le fait de « gagner » un emploi de Chargé d'assistance, dans un pays au choix parmi l'une des filiales du Groupe, reste une vraie opportunité. Chargé d'assistance est en effet plus qu'un simple job. C'est un vrai métier, qui met en scène de multiples compétences linguistiques, liées à l'écoute, au capital humain, très recherché, comme l'illustrent les milliers de candidatures spontanées reçues par le Groupe chaque année.

Le jeu comporte également un volet interne, puisque les 6000 collaborateurs du Groupe sont eux aussi invités à tenter leur *2nd Chance*, avec à la clef un tour du monde de trois mois d'une valeur de 12.500 euros.

Que le plus populaire gagne !

Pour participer et remporter un tour du monde, les candidats peuvent, depuis le 14 mai 2009, créer sur www.2ndchance.netglobers.com des carnets de voyage ou *travel reports* interactifs - comprenant photos et textes sur les risques sanitaires - qu'ils sont invités à poster sur NetGlobers.

Les 10 Travels Reports qui auront recueilli le plus de vote de la part de la communauté des NetGlobers seront soumis à un jury international qui décernera le prix du meilleur Carnet de Voyage.

Son auteur aura ainsi la chance de gagner un tour du monde d'un an, d'une valeur totale de 20.000 €, suivi d'une expérience professionnelle de 6 mois à l'étranger, dans l'une des filiales du Groupe Europ Assistance de son choix.

ANNEXES

ANNEXE 1

Un portail en ligne avec la vocation du Groupe Europ Assistance

Inventeur de l'assistance et référence historique de ce secteur, le Groupe Europ Assistance s'est donné pour objectif dès 2004 – à travers le Plan Stratégique Columbus – de devenir le leader mondial de son secteur à horizon 2010. Fidèle à son esprit pionnier, Europ Assistance s'est fixé, en matière d'Internet et de nouvelles technologies, deux mots d'ordre pour y parvenir : l'innovation et la personnalisation.

Une stratégie visant à fournir des services sur mesure Internet

NetGlobers, qui permettra de proposer les assurances voyages les plus adaptées aux craintes liées aux risques avant un départ, prend place au coeur d'une stratégie internationale de marketing basée sur la personnalisation.

Le portail s'ajoutera notamment à Plug&Sell TM, la première solution d'assurance entièrement sur mesure qui permet aux internautes de composer eux-mêmes leurs propres garanties en fonction des particularités de leurs voyages.

Avec cette innovation, résolument basée sur la personnalisation, le Groupe Europ Assistance accélère ainsi sa conquête de nouvelles parts de marché en accompagnant ses clients à l'échelle internationale. C'est ainsi que MSC Croisières, SAS Scandinavian Airlines ou encore Club Med s'appuie désormais sur la technologie Plu&Sell TM pour offrir à leurs clients des solutions d'assurance voyage à haute valeur ajoutée dans le monde entier.

Une stratégie où le voyage occupe une place à part

NetGlobers est un levier innovant majeur pour le Groupe Europ Assistance où le voyage occupe une part importante puisque cette activité représente en 2008 32% du chiffre d'affaires mondial du Groupe.

ANNEXE 2

2nd Chance, une opération de marketing web en phase avec la stratégie d'Europ Assistance et avec le positionnement de NetGlobers

2nd Chance, opération de buzz marketing a pour vocation d'accompagner le lancement de NetGlobers à l'international en capitalisant sur le web qui dans la stratégie et le cœur d'activité d'Europ Assistance.

Une opération de marketing web mondiale

2nd Chance, qui mixe communication virale, influence digitale, et communication interne, est déployée exclusivement sur le web et à l'échelle internationale. Elle a été imaginée par les équipes d'Europ Assistance en étroite collaboration avec les agences TEQUILA\ et TBWA\Corporate.

2nd Chance a immédiatement été relayée par les filiales du Groupe et est aujourd'hui, reprise par nombre de blogs, sites web, supports de presse ou encore audiovisuels, avant même que NetGlobers soit officiellement lancé.

Une opération qui appuie le lancement de NetGlobers, et soutient la stratégie d'Europ Assistance

2nd Chance comporte tous les ingrédients pour réussir à assurer à NetGlobers un trafic soutenu, sur le court comme sur le moyen terme.

Si les opérations de buzz marketing sont souvent le meilleur moyen de lancer un site, l'opération *2nd Chance* est en effet particulièrement bien adaptée au lancement du portail NetGlobers. En rebondissant sur le jeu visant à faire gagner « le meilleur job du monde », elle permet à Europ Assistance de toucher des cibles-clés pour le Groupe comme pour le portail, en l'occurrence des internautes issus de pays aussi variés que la France, l'Italie, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne, la Belgique, l'Argentine, le Brésil, le Chili, le Portugal, les USA, l'Afrique du Sud, ou encore l'Autriche.

2nd Chance permettra par ailleurs de faire vivre la marque sur le web, qui est l'un des principaux canaux de distribution d'Europ Assistance, et de le positionner comme un acteur innovant du secteur du voyage, qui n'est autre que l'un de ses deux métiers historiques avec l'automobile.

ANNEXE 3

VISUAL-LINK REALISE ET CONCOIT

LE SITE NETGLOBERS D'EUROP ASSISTANCE

A propos VISUAL LINK

Visual-Link est une **agence interactive** indépendante basée à Paris et à Lyon.
Créée en 1997, elle emploie 50 personnes pour un chiffre d'affaires de 5 M€.
Parmi ses clients : Boucheron, Christofle, Roger & Gallet, Atari, Hewlett Packard, Renault Trucks, Twinner, Zodiac, RTL, Groupe M6, Française des jeux, Magazine Géo, Generali.

Visual-Link a proposé NetGlobers, véritable « mécanique communautaire », à Europ Assistance, qui souhaitait concevoir et créer un site international autour des problématiques du voyage, santé et risque en utilisant les technologies et outils du web2.0.

Contacts presse :

Marie Jacquier
jacquier@bureaujm.com
Tél. 01 45 25 10 07

Visual-Link
Pascal Joseph
communication@visual-link.fr
Tél. : 06 09 81 86 04 – 01 78 09 95 50

ANNEXE 4

TEQUILA\FRANCE,

L'AGENCE A L'ORIGINE DE 2ND CHANCE

A propos de TEQUILA\FRANCE

TEQUILA\FRANCE, agence conseil en Communication Relationnelle et Digitale, fait partie du réseau TEQUILA\Worldwide (OMNICOM) qui comprend 48 bureaux dans 34 pays. Agence partenaire du groupe TBWA\, c'est naturellement et culturellement que TEQUILA\FRANCE applique au quotidien à l'ensemble de ses clients, la Disruption et Media Arts au service de la création pour plus d'efficacité.
L'enseigne compte parmi ses principaux clients, SNCF, Nissan, Système U, Louvre Hôtels, Michelin, La Redoute, McCain, McDonald's, Adidas...

TEQUILA\FRANCE compte aujourd'hui 120 collaborateurs experts en Communication Relationnelle et Opérationnelle, Communication Interactive, Communication et Animation Réseau et Tracking et Data.

TEQUILA\ est à l'origine du concept 2nd Chance, élaboré en étroite collaboration avec les équipes d'Europ Assistance, et orchestre la médiatisation de l'opération au travers d'un marketing digital innovant s'appuyant notamment sur de l'influence digitale, à l'échelle internationale.